



**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA  
FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI**

**EVOLUSI PEMASARAN INDUSTRI SONGKET  
MELALUI LENSA PEMASARAN 7P**

**NUR AZRIN BINTI ABDULLAH ZAWAWI  
2012297916**

**SARJANA MUDA  
TEKNOLOGI KREATIF (KEPUJIAN)  
PENGURUSAN INDUSTRI KREATIF**

**SEPTEMBER 2015**

**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA**

**EVOLUSI PEMASARAN INDUSTRI SONGKET  
MELALUI LENSA PEMASARAN 7P**

**NUR AZRIN BINTI ABDULLAH ZAWAWI**

Latihan ilmiah ini dikemukakan untuk memenuhi  
Sebahagian daripada syarat memperolehi ijazah  
**Sarjana Muda Teknologi Kreatif (Kepujian)**  
**Pengurusan Industri Kreatif**

**Fakulti Filem, Teater dan Animasi**

September 2015

**FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI  
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA  
KAMPUS PUNCAK PERDANA  
SHAH ALAM, SELANGOR**

**SESI: SEPTEMBER 2015 – JANUARI 2016**

**DENGAN INI MENGESAHKAN**

**NUR AZRIN BINTI ABDULLAH ZAWAWI**

**2012297916**

**TELAH MEMENUHI SEGALA SYARAT PENULISAN LATIHAN ILMIAH  
YANG TELAH DITETAPKAN OLEH JAWATANKUASA AKADEMIK  
FAKULTI**

**TARIKH:**

.....

**PENYELIA**

**ENCIK AZROZ MOHD**

.....

**DEKAN**

**DATO' PROFESOR A. RAZAK HJ. MOHAIDEEN**

.....

## **PENGAKUAN**

Saya mengakui bahawa kajian ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali pendapat-pendapat dan karya-karya pihak lain yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Kajian ilmiah ini juga belum pernah dihantar kemana-mana institusi akademik atau bukan akademik untuk sebarang ijazah atau kelulusan.

Nama Pelajar	:	Nur Azrin Binti Abdullah Zawawi
No ID Pelajar	:	2012297916
Program	:	Pengurusan Industri Kreatif (CT226)
Fakulti	:	Filem, Teater dan Animasi
Tajuk Latihan Ilmiah	:	Evolusi Pemasaran Industri Songket Melalui Pemasaran 7p
Tandatangan Pelajar	:	.....
Tarikh	:	Januari 2016

## ABSTRAK

Songket merupakan suatu warisan kebanggaan masyarakat Melayu yang kini masih lagi kekal sebagai satu fenomena dalam industri fesyen di Malaysia. Kajian ini menfokuskan kepada evolusi yang berlaku dalam strategi pemasaran songket melalui lensa pemasaran 7p (Kotler, 1981) iaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fizikal dan proses. Masalah dalam kajian ini adalah dimana songket ini mempunyai banyak songket tiruan yang telah dihasilkan di luar negara. Tambahan pula, songket ini juga tidak banyak yang berjaya menembusi pasaran antarabangsa. Satu kajian berbentuk kualitatif akan diadakan. Seramai tiga orang terlibat dalam kajian ini untuk mengumpulkan data. Objektif kajian ini adalah mengenalpasti sama ada elemen campuran pemasaran 7p ini mampu untuk membawa produk songket ini keperingkat antarabangsa. Dapatan kajian menunjukkan bahawa dengan menggunakan strategi pemasaran 7p dalam mempromosikan songket ini ia mampu untuk membawanya keperingkat antarabangsa.

**Kata kunci:** Warisan kebanggaan masyarakat Melayu, strategi pemasaran 7p, antarabangsa, Songket